

**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y**  
**DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA: LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**TESIS MONOGRÁFICA**

**TÍTULO: ASTERIX, LA SEDUCCIÓN DEL**  
**ESTEREOTIPO,**  
**EL ANCLAJE EN CLARÍN, LA NACIÓN Y CRÓNICA**  
**CUARENTA AÑOS DESPUÉS**


**AUTOR: JUAN PABLO DANIELLO**

USAL  
UNIVERSIDAD

**DIRECTOR DE LA CARRERA: PROF. DR. DANIEL SINOPOLI**

**TUTORA: PROF. LIC. MARÍA FLORENCIA NAUDY**

**FECHA: 16/06/2005**

Fecha de la Defensa: 14/7/05  
Calificación final: Diez (10)  


## **INDICE**

INTRODUCCIÓN	4
1. LA INDUSTRIA CULTURAL Y SUS PRODUCTOS	7
2. LA MECÁNICA DEL ESTEREOTIPO	15
2.1 El estereotipo: textos e imágenes	19
2.2 Fotografía	20
3. LA PRENSA DE MASAS: EL ANÁLISIS DE LOS PERIÓDICOS COMO MÉTODO PARA COMPRENDER LA REALIDAD	22
3.1 Estudios fundadores	25
3.2 Metodología de la investigación	27
3.3 Breve reseña de los periódicos a examinar	29
4. LA HISTORIETA COMO PRODUCTO DE CONSUMO MASIVO	33
4.1 Estudios previos	39
4.2 <i>Asterix</i> y su época	50
5. ANÁLISIS DE <i>ASTERIX</i>	54
5.1 El político	54
5.2 El pobre	60
5.3 El artista	66
6. PRENSA Y ESTEREOTIPOS	72
6.1 <i>Clarín</i> y sus simplificaciones	73
6.2 <i>La Nación</i> y sus simplificaciones	78
6.3 <i>Crónica</i> y sus simplificaciones	84
CONCLUSIONES	91
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXO	I
<i>Asterix</i> y sus estereotipos	I
<i>Clarín</i> y sus estereotipos	III
<i>La Nación</i> y sus estereotipos	V
<i>Crónica</i> y sus estereotipos	VII



## **RESUMEN**

Abordaje a la sociedad de masas, con el surgimiento de una “cultura de masas”; repaso por el concepto “estereotipo”; antecedentes y desarrollo de los periódicos y la historieta; análisis de casos previos; análisis del cómic galo *Asterix*; estudio de los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Crónica*; conclusiones.

## **PALABRAS CLAVE**

Estereotipos, anclaje, manipulación, *mass media*.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## INTRODUCCIÓN

Desde hace mucho tiempo deseaba poder escribir sobre *Asterix*. De niño ya me entusiasmaba con sus aventuras, sus personajes tan cómicos y heroicos, sus paisajes ricos en abundancia. Todo ejercía en mí una suerte de fascinación que nunca antes había experimentado por los comics y que jamás volví a sentir por otra historieta. Con el correr de los años fui desarrollando el sentido crítico, luego ingresé a la Universidad y comencé a percibir a la *saga francesa* de otra manera, no ya como aquel pequeño que poco entendía de teorías sino como un analista de la *comunicación social*. La influencia de horas invertidas en lecturas me presentó un mundo que ni siquiera había imaginado. Eco, Propp, Barthes me mostraron que aquello que yo leía inocentemente merecía un análisis más profundo de sus formas y contenidos. Los teóricos de la Escuela de Frankfurt y, en general, la crítica hacia la *cultura de masas* produjo en mí una curiosidad inusitada. Empecé a interiorizarme sobre el tema y advertí cuán esquemática, redundante y previsible puede convertirse la estructura de una historieta, y a pesar de ello no perder público. No tuve que reflexionar demasiado para convencerme de que este comportamiento era habitual en las audiencias y un elemento clave de los *mass media*. Además, observé que esta simplificación conducía a un falseamiento de la realidad, a una difusión de estereotipos deformadores que repercutían sobre las representaciones o imágenes que toda persona se hace de los demás. Algo en apariencia inocuo como una historieta podía transformarse en un arma tan poderosa como para moldear las mentes, o al menos, retocarlas.

*Asterix* es un cómic de origen galo, creado por Renné Goscinny y Albert Uderzo a fines de la década del cincuenta y traducido a más de treinta idiomas en todo el mundo. Su contenido narra las aventuras del protagonista, que lleva el mismo nombre, y de su íntimo compañero de andanzas, Obelix. La suma de los episodios transcurre durante el año 50 antes de Cristo, en una aldea libre de la dominación romana.

El análisis de las historietas ha sido materia de numerosos trabajos. En este rubro se ha destacado el ya mencionado Umberto Eco, al desmenuzar casos arquetípicos como los de Superman o Charlie Brown. También es renombrado su estudio sobre James Bond, protagonista de las célebres

novelas de Ian Flemming. A principios del siglo XX se destacó un estructuralista ruso llamado Vladimir Propp que llegó a la conclusión de que existían ciertas funciones básicas que se encontraban omnipresentes en los cuentos populares soviéticos. Asimismo, Elizabeth Baur analizó la historieta *Bessy*. Finalmente, Mattelart y Dorfman, con *Para leer al Pato Donald*, dejaron una huella indeleble en mis futuros deseos de investigación.

El hecho específico a examinar fue cómo a través de la historieta *Asterix* se difunden estereotipos que se reflejan hasta hoy en los medios de comunicación, más precisamente en los periódicos. Esta es nuestra **hipótesis**. Para ello se eligieron los diarios de mayor tirada de la *Argentina*, a saber, *Clarín*, *La Nación* y *Crónica*, en la semana del 18 al 24 de octubre de 2004. Los elementos analizados fueron los títulos y las fotos. De los cómics se analizaron las imágenes y los textos. El trabajo es de índole comparativa, entre dos productos que están separados en el tiempo por más de cuarenta años.

El objetivo de la presente tesis consiste en poner en el centro de la atención un caso que consideramos paradigmático para el estudio de los estereotipos. Además, pues este aspecto ha estado bajo la lupa de numerosos autores, se busca aportar algo nuevo, innovar a través de la vinculación de dicho tema con la realidad difundida por los diarios de hoy. Nuestra meta radica en generar conciencia acerca de la relevancia que tienen los medios a la hora de generar imágenes en las mentes humanas. Buscamos generar reacciones que despierten a la gente de su letargo intelectual, pretendemos que a partir de trabajos como estos el espectador pueda reflexionar sobre el entorno que los medios tejen a su alrededor. Anhelamos y no consideramos que sea una utopía que puedan ir constituyéndose públicos cada vez más críticos y exigentes respecto de las calidades de los productos *mass mediáticos*.

La situación global que recubre a este fenómeno es el de la sociedad de masas que ha hecho emerger lo que se ha conocido como *cultura de masas*. En la época de publicación de los primeros números de *Asterix*, o sea en los años sesenta, la crítica contra la Industria Cultural se hallaba en su apogeo. La escuela de Frankfurt tuvo exponentes de alta fama como Adorno, Marcuse y Horkheimer, que condenaban sus manifestaciones por considerarlas nocivas. Walter Benjamín, otro fuerte crítico dentro de la misma corriente, en su libro *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*, argumentaba que a

través de los medios de reproducción se vaciaba de contenido al objeto de arte, desprovveyéndolo de su aura aristocratizante.

Las historietas de *Asterix* que se tomarán como base de la investigación tuvieron su origen en Francia, en una época marcada por la protesta política y cultural (Mayo del '68). La *Industria Cultural* en su globalidad estaba cuestionada a fondo. La crítica a los medios de comunicación, mediante la acusación de que sus estructuras y contenidos favorecían el *statu quo* (perpetuación de la ideología capitalista), fue dirigida por intelectuales como Sastre y Marcuse. Paralelamente, los jóvenes universitarios reclamaban cambios en los modos de enseñanza.

Grande es la brecha que separa esos hechos con la actualidad. No obstante, el panorama no ha variado radicalmente. Es innegable que desde el punto de vista tecnológico se han producido avances muy significativos. Los aparatos, cada vez más sofisticados, ofrecen mayores servicios que antaño mas su ideología se mantiene, su lógica permanece y su mecánica moldeadora de mentes ha logrado propagarse como una epidemia. A causa de Internet todo se ha vuelto global, entendiendo ese término en su sentido más literal. Todo está al alcance. Y muy fácilmente: con sólo apretar un botón. Los diarios, pese a poseer páginas digitales, siguen desempeñando el mismo papel de antes. Y en esa dinámica continúan tropezando (¿intencionalmente?) en idénticas deformaciones. Los monopolios se han acentuado y la concentración de poder atenta contra las libertades de pensamiento y la difusión de una correcta versión de la realidad. En esta atmósfera tan atractiva para el análisis se enmarca la investigación.

## **CAPÍTULO 1: LA INDUSTRIA CULTURAL Y SUS PRODUCTOS**

El advenimiento de las sociedades modernas fue el detonante de lo que luego se conocería como Industria Cultural. La masificación de las grandes obras de la literatura, la filosofía y la pintura, que antes estaban reservadas a los sectores más poderosos, generó un cambio profundo en la forma de recibir la *cultura* y asimismo, en el contenido de dichas creaciones artísticas. De esta manera, se puso en marcha una suerte de proceso de divulgación que puso al alcance de muchos el conocimiento que estaba destinado a unos pocos. Como era de esperarse, este fenómeno fue recibido con recelo por los intelectuales. Su mayor crítica giraba en torno a la devaluación y pérdida de identidad que sufrían las obras que estaban sometidas a la generalización. Y su reacción no fue caprichosa, ya que los argumentos que esgrimían gozaban de solidez.

El término Industria Cultural fue empleado inicialmente por Horkheimer y Adorno en la *Dialéctica de la Ilustración*<sup>1</sup>. Ambos autores fueron célebres integrantes de la Escuela de Frankfurt, una corriente surgida durante la primera mitad del siglo XX que advirtió sobre los efectos nocivos que acompañarían a la masificación de la cultura. En pocas palabras, consideraban que se produciría una vulgarización de las costumbres ya que “los gustos del público y sus necesidades imponen estereotipos y baja calidad”<sup>2</sup>. De aquí se desprende que la decadencia de los productos culturales tiene como máximo responsable a este nuevo Hombre *mass* mediático (¿o a la sociedad que lo engendró?), ya que es él, a través de su afán de simplificar las complejidades, el que impone el gusto de la mayoría.

La complejidad del término Industria Cultural merece un desarrollo minucioso y a tal tarea me abocaré en las siguientes páginas. Debo confesar que el autor que mayor influencia ejerció en mí fue el teórico francés Edgar Morin<sup>3</sup>, aunque no fue el único. La descripción que haré contará con una pluralidad de voces, todas relevantes y tendientes a esclarecer la problemática en cuestión, aunque a fin de cuentas, la posición que estará casi omnipresente, por una cuestión obvia, es la propia.

---

<sup>1</sup> WOLF, Mauro. *La investigación de la Comunicación de Masas*. Paidós. Barcelona. 1987. Página 94.

<sup>2</sup> Ibidem. Página 94.

<sup>3</sup> Su obra *El espíritu del tiempo* fue una guía clarificadora para mis ideas.



La Cultura de Masas, resultado infalible de la maquinaria de la Industria Cultural, crea una nueva especie de Hombre. Este hecho no es cuestionado por ningún teórico. Implicaría una miopía intelectual de tamaño colosal ponerse a la defensiva y sostener lo contrario. Ahora bien, es notorio que estamos ante la presencia de un proceso de retroalimentación, porque es el individuo quien va delineando la nueva cultura y, a su vez, ésta va definiendo las características de su progenitor. En este devenir permanente se origina un hombre mediocre. Quisiera que se desprendiese de dicho vocablo todo lo peyorativo que el concepto tiene en las conciencias colectivas. En este caso, debe entenderse la palabra mediocre en su acepción más correcta, a saber, tal como los diccionarios la definen, como mediano, medianía. Resumiendo, como algo intermedio, que no transita los extremos sino que se estanca en las mesetas del medio. Sólo a través de esta metáfora lograremos una aproximación a lo que quiero explicar. El hombre mediocre, no se confunda con la obra homónima de José Ingenieros, no es un ser bajo ni repugnante. Tampoco un leproso o un enfermo a punto de sucumbir. Por el contrario, goza de excelente salud. Su vitalidad está intacta; su porvenir, garantizado. Sin embargo, si la agudeza nos acompaña, podremos percibir indicios de patología, no desde el punto de vista fisiológico sino desde la perspectiva psicológica. Y es aquí donde radica su decadencia. Su idiosincrasia atenta contra sí mismo y contra el concepto de "Arte" erigido desde antaño por los hombres de cultura.

Pero, ¿cómo es posible que esto ocurra?, ¿qué significa atentar contra sí mismo y contra la pureza del arte? La respuesta es más sencilla de lo que aparenta. Con sólo reflexionar unos instantes surge. No está oculta sino a la vista de todos: las grandes obras de la cultura son bastardeadas, hasta el punto de vaciarse de contenido, cuando sus formatos deben adaptarse al gran público. Es decir, con el propósito de difundir a gran escala un producto cultural se apela a ciertas estrategias falsificadoras que logran que el mensaje (el relato de una novela histórica, verbigracia) se convierta en algo universal, común para todos los receptores. He aquí la estandarización, o sea, la conversión de lo inextricable en asequible, con el fin de una comprensión más efectiva.

Con un ejemplo la idea quedará más nítida: el film *Troya*, basado en *La Ilíada*, de Homero, de reciente éxito en las salas de cine, exhibe las



características de la *post modernidad*; a saber, reducción del número total de personajes de la obra original, simplificación de los atributos psicológicos y omisión de pasajes vitales de la epopeya griega.

“La tendencia a la simplificación marcha a menudo emparejada con la tendencia al maniqueísmo; en la obra vulgarizada se polariza más claramente el antagonismo entre el bien y el mal que en la obra original; se acentúan los rasgos “simpáticos” y “antipáticos” a fin de acentuar la participación afectiva del espectador tanto en su simpatía por los protagonistas como en su repulsa por los malos”<sup>4</sup> Morin percibe que esta forzada dualidad, constituida a partir de la oposición de características, conduce a una más rápida comprensión de la obra en detrimento de su autenticidad. Si bien el público interpretará más fácilmente el argumento y su trama, su entendimiento será sólo ilusorio, pues el referente, parcialmente trastocado, no será el mismo.

En este contexto, casi ningún espectador se mostrará disconforme con lo proyectado por la pantalla grande, ya que al desconocer la versión original, no se cuestionarán las modificaciones. Sin embargo, poniéndolo en los términos de Walter Benjamin<sup>5</sup>, la obra perdería su aura. La crítica resultará vedada y sólo confinada al grupo selecto que leyó el libro. Consecuentemente, el conformismo se construye como una enorme bola de nieve que no se detiene, cuyo consenso se convierte lentamente en dogma, en verdad inmutable. De aquí que considere que la salud de los grandes públicos se halla en grave peligro.

Por otra parte, creo que es conveniente encontrar las explicaciones a este proceder de la Cultura de Masas, que no es aleatorio. Más aún, su existencia resulta bastante lógica si nos atenemos al concepto de tiempo que rige en la actualidad. Todo comenzó con la Revolución Industrial, a fines del siglo XVIII. Allí se introdujo el germen que luego se propagó. El trabajo en las fábricas demandaba una cantidad de horas cada vez más creciente y el tiempo, que antes en la vida rural marchaba a un ritmo pausado, se aceleró. Con el correr de los siglos la tendencia se volvió más radical, y el frenetismo de la existencia se acentuó: en esta atmósfera debemos enmarcar el génesis de la

---

<sup>4</sup> MORIN, Edgar. *El espíritu del tiempo*. Taurus Ediciones. Salamanca. 1966. Página 69.

<sup>5</sup> Para los que deseen ahondar en el tema, recomiendo la lectura de su ensayo *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*.

Industria Cultural. El argumento referido a que la simplificación de las obras culturales responde a una cuestión meramente temporal no es alocado. Sin embargo, no debemos ser ingenuos y reducir el fenómeno a sólo una de sus causas. Empero, muchas veces la necesidad se hace dueña de muchos estudiosos de la Comunicación que pierden de vista este controversial aspecto, ¿el hombre promedio posee suficiente tiempo para leer *La Ilíada*?

Más allá del interrogante, creo que este factor es sólo un atenuante que no debilita la crítica. Es vital comprender las circunstancias que convergen en que se haya hecho un culto de la vulgarización. Es en este momento cuando entran en escena los apocalípticos<sup>6</sup>, con razón por cierto, que esgrimen que no es la escasez de tiempo sino la comodidad lo que realmente condiciona la simplificación. Sin embargo, cabría preguntarse si dicha simplificación no es previsible y hasta cierto punto esperable, teniendo en consideración que no todas las personas cuentan con las posibilidades, ya sean económicas o de otra índole, de estudiar en universidades y convertirse en especialistas. El debate sigue abierto.

No obstante, todo reduccionismo conlleva una cadena de estereotipos a su lado. El estereotipo es una versión falaz de la realidad, con gran aceptación pero refutable sin demasiado esfuerzo. Son persuasivos por excelencia y de difícil removimiento. Transitan impunemente por los senderos de la Cultura de Masas y contribuyen a su expansión. En los capítulos sucesivos desarrollaré extensamente su significado y su uso. Por ahora que sólo sirva como una presentación.

La Cultura de masas se presenta bajo la forma de una bella mujer. Sus valores captan la atención de inmediato, pues enamoran con sus encantos. La seducción es inevitable. Sumergida en el hedonismo, postula uno de sus más atractivos pilares: la obsesión por el amor, constituido en un tópico de cabecera, que inundará con su perfume las creaciones culturales. Es así como se produce una banalización de la realidad, ya que es insostenible que todo se vea teñido por su color. La literatura, la música y sus letras, la televisión y el cine, todos bombardeados y dibujados por el lápiz del amor. "*All you need is love*", reza la canción de una banda inglesa que hizo furor en los '60.

---

<sup>6</sup> Expresión tomada de la obra de Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*.